

Schweiz Tourismus zufrieden mit Velo- Kampagne

Die Sommerkampagne von Schweiz Tourismus, die Schweiz zum Veloland zu machen, verläuft laut einer ersten Bilanz positiv.



Tourenbiker unterwegs auf dem Rheinschiff «Thurgau» kurz nach Stein am Rhein.

Bild: Schweiz Tourismus/swiss-image/Andre Meier

Wie eine landesweite Umfrage von Schweiz Tourismus (ST) zeigt, erfreuen sich Veloaktivitäten in den Ferien oder in der Freizeit grosser Beliebtheit. Die nationale Marketingorganisation lancierte im Frühjahr die [Sommerkampagne \(https://www.htr.ch/story/schweiz-soll-zu-einem-veloland-werden-9503.html\)](https://www.htr.ch/story/schweiz-soll-zu-einem-veloland-werden-9503.html) «Die Natur will dich zurück – auf dem Velo». Die Zwischenbilanz zeigt nun, dass merklich mehr Feriengäste mit dem Fahrrad unterwegs sind.

«Themen wie Kultur, Kulinarik, Wandern und Velofahren entwickeln sich positiv», meldet etwa Geschäftsführer Stefan Ulrich von Region Olten Tourismus im Rahmen der Umfrage an die Regionen, Destinationen, Bergbahnen, Hotellerie und Parahotellerie sowie weiteren touristischen Leistungsträgern.

Auch Raoul Calame, Geschäftsführer der Aletsch Arena, hat «merklich mehr Biker» registriert, genauso wie General Manager Michael Vogt vom Einstein in St. Gallen, der «mehr Velofahrer als in den vergangenen Jahren» zu seinen Gästen zählen darf.

Für den Präsident von hotelleriesuisse und Gastgeber des Hotels Schweizerhof in Lenzerheide, Andreas Züllig, zeigt sich: «Biken, Wandern und Familien in den Bergen ist weiterhin ein Wachstumsmarkt. Insbesondere der Heimmarkt ist sehr stark.»

Grosses Interesse an «Coop Ride the Alps»

Mit den von ST neu lancierten Produkten haben die Feriengäste gute Gründe, sich in den Sattel zu schwingen – egal ob als ambitionierter Biker oder eher gemütlicher Velofahrer.

Kooperations-Veranstaltungen laufen gut

Und das tun sie, wie die Zwischenbilanz zeigt: «Obwohl drei von zehn Veranstaltungen (La Désalpe Reichenbach, Challenge Davos Festival, Freipass Klausen Prigel) noch ausstehen, können bis Ende Saison rund 10'000 Velofahrer mit dem Engagement von Coop und ST erreicht werden», so Martin Pally, bei der nationalen Marketingorganisation Leiter Strategische Partnerschaften.

Erste Ergebnisse der E-Mail-Umfrage, die jeweils nach dem Event bei den Teilnehmenden durchgeführt wird, haben deutlich gezeigt, dass Velo-Events ein grosses Wertschöpfungspotenzial bergen: Rund 24 Prozent verbinden die Teilnahme mit einer Übernachtung.

Die Ausgaben dieser Übernachtungsgäste, die auf die Region entfallen, betragen im Durchschnitt 215 Franken, und die Wiederbesuchsabsicht – mit oder ohne Velo – liegt bei 94 Prozent.

Für nächstes Jahr soll «Coop Ride the Alps» auf eine deutlich breitere Zielgruppe zugeschnitten werden, um noch mehr Gäste zu einem Besuch in die jeweiligen Regionen zu verleiten, heisst es in einer ST-Mitteilung vom Dienstag.

Ein weiterer Beleg für die Beliebtheit von Veloaktivitäten diesen Sommer liefert «Rent a Bike», der Velovermieter mit 200 Vermietstellen in der Schweiz: «Das Sommergeschäft läuft aufgrund der Bike-freundlichen Wetterverhältnisse, den höheren Gästezahlen in den Destinationen und ihrer Fokussierung auf Produkte wie E-Bikes und E-MTBs äusserst positiv», erklärt Geschäftsleiter Stefan Maissen. «Wir gehen aktuell für die alpinen Destinationen von einem Plus von rund 8 Prozent aus gegenüber dem Vorjahr und im Mittelland von einem Wachstum von rund 5 Prozent.» (htr)

Publiziert am Dienstag, 28. August 2018